



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Anzeigenpreise im Innenteil: Umfang ganze Seite 360 (Kleinere als viertel, Anzeigen sind im III. Teil nicht zu viergepaltene Petitionen. Mitgliederpreis: Die Seite (ässa.) Mehrfarbendr. nach Vereinbarung. Stellengesuche 0.25 M., 1/2 S. 70.— M., 1/4 S. 39.— M., 1/8 S. 20.— M. Nichtmitgliederpreis: Die Seite 0.50 M., 1/2 S. 140.— M., 1/4 S. 78.— M., 1/8 S. 40.— M. — **Illustrierter Teil:** Mitglieder: 1 S. durchgehend) 25.— M. Aufschlag. Rabatt wird nicht gewährt. (nur ungeteilt) 140.— M. Abgabe Seiten: 1/2 S. 120.— M., 1/4 S. 65.— M., 1/8 S. 35.— M. Nichtmitgl. 1 S. (nur unget.) 280.— M. Plagvorschristen unverbintl. Rationierung d. Börsenblatt- caumes, sowie Preissteigerungen, auch ohne besond. Mitt. im Abgabe S.: 1/2 S. 240.— M., 1/4 S. 130.— M., 1/8 S. 70.— M. Einzelfall jederzeit vorbeh. — Beiderseit. Erf. — Ort: Leipzig. Bank: ADCA, Leipzig — Postsch.-Kto.: 13463 — Fernspr.: Sammel-Nr. 70856 — Tel.-Adr.: Buchbörse

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 162 (N. 85).

Leipzig, Donnerstag den 15. Juli 1926

93. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Bekanntmachung.

Unterm 3. Mai 1926 im Bbl. Nr. 106 haben wir unsere Verleger-Mitglieder aufgefordert, da es vorerst noch nicht möglich erscheint, zur jährlichen Abrechnung überzugehen, eine zweimalige Abrechnung jährlich, und zwar in der Zeit vom 1. Juli bis 1. Oktober über das erste Kalenderhalbjahr und in der Zeit vom 1. Januar bis 1. April über das zweite Kalenderhalbjahr vorzunehmen, wobei gleichzeitig empfohlen wurde, in Aussicht zu nehmen, daß an Stelle einer Einzelabrechnung im ersten Halbjahr die Zahlung einer prozentual von der Summe der Kommissionslieferungen zu vereinbarenden Pauschalsumme treten könne, sodaß eine Einzelabrechnung nur einmal im Jahre zu machen ist.

Wir möchten nicht unterlassen, auf diese Empfehlung erneut hinzuweisen, da unsere Anregung beim ausländischen Sortiment überall starken Anklang gefunden hat, wie sich aus der nachstehend veröffentlichten Eingabe der vier nordischen Vereine ergibt.

Leipzig, den 12. Juli 1926.

### Der Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Max Röder.	Paul Ritschmann.	Richard Linnemann.
Dr. Friedrich Oldenbourg.	Albert Diederich.	Ernst Reinhardt.

Mit den

Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler

zu Leipzig.

Die unterzeichneten vier nordischen Vereine gestatten sich, die bereits früher unter anderem im Börsenblatt Nr. 11 vom 14. Januar 1926 von holländischer Seite geäußerten Wünsche nach kommissionsweiser Lieferung mit Abrechnung einmal im Jahre zu unterstützen.

Die im Börsenblatt Nr. 106 vom 8. Mai 1926 enthaltene Bekanntmachung des Vorstandes des Börsenvereins deckt in vorzüglicher Weise die Wünsche der Unterzeichneten, die in der Durchführung dieser Vorschläge die einzige Möglichkeit sehen, mit Erfolg an der Ausbreitung des wissenschaftlichen deutschen Buches weiter zu arbeiten.

Oslo, den 20. Mai 1926

Den norske Bokhandlerforening

Olaf Norli  
formann.

Kopenhagen

Den danske Boghandlerforening

Fr. Gad  
formand.

Helsingfors, den 15. Juni 1926

Finska Bokhandlareföreningen

B. Luoma  
Ordförande.

Stockholm, 27. Mai 1926

Svenska Bokhandlareföreningen

Vennart Norblad  
Ordförande.

### Aufbau der Buchwerbung.

Theoretischer Versuch eines Praktikers.

Von Erhard Wittel.

»Stets äußert sich der Weise leise,  
vorsichtig und bedingungsweise...«  
Wilhelm Busch.

#### Der Umweg.

Die Methode, nach dem zitierten Zweizeiler zu handeln, hat ihre Vorzüge, und es läßt sich über Methoden nicht streiten. Methode (*uér' idic*) heißt bekanntlich »Umweg«, und warum soll man nicht Umwege benutzen, wenn es auch geradeaus ganz gut geht? Man spricht von langem Atem wie ein Chinese vom Tao, erklärt, Buchwerbung sei eine Arbeit auf Jahrzehnte hinaus, und

zeigt eine Seite später, daß man eigentlich nur einen halblangen Atem gemeint hat, denn — wie Rot der Zeit gebiete die Einstellung auf das Heute: Wie hebe ich den Umsatz? sei die Frage von heute. Man läßt einen Wortwechsel nach dem andern zu Protest gelangen, ohne ihn einlösen zu können, und hat gar noch Sehnsucht nach weiteren Wechselreden. Das Wort, Propaganda sei eine Arbeit auf lange Sicht — so berechtigt es an sich ist —, ist in der Gemeinschaftswerbung des Buchhandels schon zu einer Ausrede für ausgebliebene Erfolge geworden.

Das Kino hat die breite Masse endgültig erobert. Der Rundfunk macht täglich Fortschritte. Die Sportbegeisterung in Deutschland kennt keine Grenzen mehr. Boyer sind zu Nationalhelden geworden, und große Dichter kennt man kaum dem Namen nach. Die Magazine, wenn sie auch zurückgehen, haben immer noch